

KONAN UNIVERSITY

メイクの社会学序説試論：若年層女性における利用コスメの優先順位

著者	栗田 宣義
雑誌名	甲南大學紀要．文学編
号	166
ページ	79-86
発行年	2016-03-30
URL	http://doi.org/10.14990/00001797

メイクの社会学序説試論

——若年層女性における利用コスメの優先順位——

栗 田 宣 義

1 メイクとは何か

メイクすなわち化粧とは一般に何を指すのか。人類史の広範な視点からは、第一に、髪を切ったり、抜いたり、ヘアスタイルを整えたり、爪を切ったりすることなどを含む「身体変工」、入れ墨やタトゥーイングなど半永久的な処理をも含む「色調生成」、皮膚や爪に色やツヤを一時的に与える「塗彩」の三つに分類されるという（村澤 2001：49）¹⁾。これらは、古来、「医療行為の一環として、さらに魔除けの意味を込めて」行われてきた経緯がある（大坊 1996：29）。医療呪術信仰と美容化粧服飾が一体化していた時代を経て、化粧が、やがて、独立した位置を徐々に占めるようになってくる。日本では『古事記』や『日本書紀』に既に化粧自体についての言及が見られ、その後、平安時代にはその意味づけがはっきりと読みとれるようになる。「儀式の際の化粧は礼儀作法」であり、「貴族の世界では化粧は礼儀作法に則った身だしなみ」として社会的かつ文化的に位置づけられていたのである（石田 2009：18）。そして、「顔全体に白粉」を塗るなど、「国風文化の時代から明治中期まで」千年続いた「白化粧」の時代を経て近現代の化粧に至るようになる（石田 2009：18）。

より現代的な議論として、伊波和恵は阿部恒之（2002）の枠組みを基にして、化粧の目的を「ケア」（care）、「メーカーアップ」（make-up）、「フレグランス」（fragrance）に分類した上で、更に、ケアおよびメーカーアップの対象部位を、顔、ボディ、手（爪）、髪・頭皮（ヘアメイク）に細分化した9種別を提案している（伊波 2004：173）。その出発点となった阿部の議論においては、広義の化粧として、「化粧品を用いずとも、自らを慈しみ、飾ること」、狭義の化粧として、「化粧品を利用して直接体表に手を加える化粧」、更に、化粧の下位分類であるメーカーアップとして、「着色などにより容貌を美しく演出する技法」が定義されている（阿部 2002：34-35）。伊波は、顔に係わるメーカー

アップについては、「永続的でない装飾的加工」という観点も加えた上で、「ファンデーション」「おしろい」「アイシャドー」「アイライン」「マスカラ」「アイブロー」「つけまつげ」「口紅」「グロス」「頬紅」を主な化粧品として挙げている（伊波 2004：173）。また、法的観点からは「化粧とは現代的には外面、とくに顔面の健康を維持し、容貌を美しく演出する化粧品や医薬部外品などを用いた行動の総称」といった定義も可能だ（平松 2009：29）²⁾。

以上の研究趨勢を踏まえ、本稿では、メイク（makeup）すなわち化粧を、容貌を美しく整えるためにパウダーやリキッドなどを用いて皮膚や爪に色、ツヤ（光沢）、ハリなどを一時的に与える諸行為として定義する³⁾。この定義は、先ず、メイクが、美容整形や、タトゥとピアス、ヘアメイクなどとは異なり、医療用メスによる皮膚の切開や頭髮の半永久的着色など〈身体形成〉（plastic method）を伴わない、一時的な美の演出である〈身体非形成〉（non-plastic method）であることを意味している⁴⁾。次に、身体非形成ではあるものの、〈身体外面の装飾〉（external item）である服装を意味する狭義のコスチュームならびに服装以外の装飾品であるアクセサリーとは区別された、〈皮膚に密着した装飾〉（internal design）であることを意味している。最後に、皮膚に密着した装飾ではあるものの、香水やオードパルファム、オードトワレなど香料を用いた匂いに係わるフレグランスとは異なる、皮膚や爪の色、ツヤ（光沢）、ハリに係わる美の演出であることを意味している（表1を参照）⁵⁾。

従って、メイクには、体全体に係わる拡散的（extensive）なメイクに加えて、手の爪のマニキュア、足の爪のペディキュアも含まれることになる。これらを広義のメイクと表現することもできよう。対照的に、顔の部位のみに係わる集約的（intensive）メイクを、狭義のメイクとして言い表すこともできる。本稿では、このような現代的な文脈での、メイクについての社会的な研究における予備的考察の一つとして、若年層女性が日々用いるパウダーやリキッドであるコスメ

表1 メイクとファッションの位置関係

身体の形成 plastic method			身体の非形成 non-plastic method			
			皮膚に密着した装飾 internal design		身体外面の装飾 external item	
美容整形	タトゥとピアス	ヘアメイク	メイク	フレグランス	コスチューム	アクセサリ

(cosmetics) すなわち化粧品、利用率や割愛率を介したその優先順位について、分析を試みる。この予備的考察を通じて現代メイクのあり方が浮かび上がってくるだろう。

2 メイクの際に使うコスメ

2013年9月に調査機関インテージによって、その全国に在住するパネルを対象として実査がなされ、18歳から23歳の女子大学生をレスポネンとして、ウェブサイト上の質問紙を介してなされたインターネット調査の回収数746名が、本稿における以降の分析に用いる主たるデータセット CCJD13 である⁶⁾。加えて、2014年10月に同じく調査機関インテージによって、その全国に在住するパネルを対象として実査がなされ、高校生全学年と大学・短大・専門学校一年生を含む15歳から19歳のハイティーン女子の就学層をレスポネンとして、ウェブサイト上の質問紙を介してなされたインターネット調査の回収数458名が従たるデータセット CCJH14 である⁷⁾。

女子大学生をレスポネンとした本稿の主たるデータセット CCJD13 に基づき、日々のメイクの際におけるコスメ利用状況を見てみよう。全体の746名からメイクをしたことがない43名を除いた703名について、主だったコスメ13種類の利用率について集計を施した

のが表2の左半分である。下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）が抜群の利用率を示しており、8割を超える83.5%が使うと答えている⁸⁾。次いで、ファンデーションがほぼ8割の79.2%、第3位にはチークカラーが7割を超える72.4%で位置している。下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）とファンデーションは顔全体のベースメイクに係わる最重要コスメであり、首位と次位がこれらで占められているのは当然とも言える。若年層女性に人気のある美容化粧服飾サイトにおいても、「女子力アップ!」のために先ずは「ベースメイクを制すものはメイクを制す」といった表現が用いられている (MERY 2015)⁹⁾。その表現をなぞるように、ここでも、ベースメイクに欠かせない下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）とファンデーションが先頭に並んでいる。第3位のチークカラーはベースメイクには含まれないが、伝統的には頬紅として、頬への着色という文脈においては、肌および顔全体の色調を整えるという意味で、先述の下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）とファンデーションの同列に位置するものである。下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）、ファンデーション、チークカラーが利用率のトップ3であることは頷ける結果である。女子大学生たちにとって、メイクとは先ずは頬を含む肌および顔全体の色調を整えることなのだ。第4位にはアイカラー（アイシャドー）が70.0%、

表2 コスメの利用率* N=703
CCJD13「女子大学生のメイクとファッションに係わる全国調査2013」2013年9月中旬実施

	使う U		順位	必ず使う M		
	実人数	百分率		実人数	百分率	
下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）	587	83.5%	首位	521	74.1%	下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）
ファンデーション	557	79.2%	次位	487	69.3%	ファンデーション
チークカラー	509	72.4%	第3位	380	54.1%	チークカラー
アイカラー（アイシャドー）	492	70.0%	第4位	362	51.5%	アイカラー（アイシャドー）
マスカラ	456	64.9%	第5位	359	51.1%	アイブロウ（ペンシル・パウダーなど）
アイブロウ（ペンシル・パウダーなど）	433	61.6%	第6位	301	42.8%	アイライナー
アイライナー	424	60.3%	第7位	280	39.8%	マスカラ
口紅	262	37.3%	第8位	137	19.5%	口紅
リップグロス	258	36.7%	第9位	128	18.2%	リップグロス
ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）	177	25.2%	第10位	106	15.1%	コンシーラ
コンシーラ	154	21.9%	第11位	35	5.0%	リップライナー
つけまつげ（アイラッシュ）	65	9.2%	第12位	31	4.4%	ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）
リップライナー	64	9.1%	最下位	22	3.1%	つけまつげ（アイラッシュ）

*メイクをしていない43名は集計から外した。

第5位にはマスカラが64.9%、第6位にはアイブロウ（ペンシル・パウダーなど）が61.6%、第7位にはアイライナーが60.3%で位置している。これらは、全てアイメイクに係わるコスメだ。前世紀終盤の第一次ギャルブームならびにギャルメイクに起源を発した、いわゆるデカ目志向が、穏やかな形で定着してから10数年以上が経過し、ベースメイクを除けば、女子大学生にとってアイメイクが最重要課題であることがここから容易に読みとれる¹⁰⁾。アイカラー（アイシャドー）、マスカラ、アイブロウ（ペンシル・パウダーなど）、アイライナーは、彼女たちのアイメイク必需四点セットだと言えよう。因みに、第7位のアイライナーまでが利用率過半数を超えており、メジャーなコスメであると考えられる。

第8位には口紅が37.3%、第9位にはリップグロスが36.7%で位置している。半世紀前までは女性にとって、口紅は、コスメすなわち化粧品全体のシンボルでもあり、ベースメイクと並んで重要な位置を占めていた。しかしながら、現在のアイメイク全盛時代にあつて、唇、口元のメイクは主役の座を降りたとも言える。加えて、かつてはその存在は知られてはいたものの、それほど利用度が高くはなかったリップグロスの、近年における大躍進もあり、口紅の存在感の凋落は著しい。メイクをする女子大学生たちの大凡3分の1のみが利用するコスメに過ぎないのである。女性たちのコスメ選びに大いに重用されているウェブサイトである@cosmeにおいても、口紅・グロス・リップライナーのカテゴリーで、2015年12月現在、評価ランキング首位は、次位のイヴ・サンローラン・ボーテ発売の口紅「ルージュ ヴォリユプテ シャイン」を抑えて、ディオール発売のリップグロス「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」が占めていることも象徴的だ。「ちょっとしたおでかけなど1本で十分!」「ナチュラルメイクの時はこれだけ」といった投稿も目立ち、口紅に較べてリップグロスが重用され易い時勢が良く判る(@cosme 2015)。リップグロスの普及と共に育ってきた現在の10代20代が中高年になる頃には、口紅は更にマイナーなコスメに転落する可能性もある。

第10位には、ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）が25.2%で位置している。メイクはするものの、その内の4分の3の人がネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）をしてはいない。レスポネンデントが大学生ということもあり、大学通学やアルバイトに出かけることを考慮してということだろう。飲食店系のアルバイトではネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）

は御法度という店舗も多い。女子大学生にとって案外ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）は縁遠いコスメなのだ。

第11位には、コンシーラが21.9%で位置している。5名に1名の割合で利用していることになる。ベースメイクにおける肌の出来物、くすみやシミ隠しを主用途に特化したコスメであるから、その利用率がそれほど高くはないことは特に驚くことではない。

むしろ、第12位に、つけまつげ（アイラッシュ）が9.2%で位置していることの方が注目に値しよう。メイクをしている女子大学生の内、11名に1名の割合でしか利用していないことになる。まつげの存在感を増すために、マスカラとつけまつげ（アイラッシュ）はアイメイクにおいて密接な関係にある。マスカラの利用度が64.9%であるから、マスカラを使っている人の内でも、つけまつげ（アイラッシュ）をする人は7名に1名前後の割合に過ぎない。一部の女性ファッション誌などにおける、つけまつげ（アイラッシュ）特集記事の氾濫とは裏腹に、ネイルカラー以上に縁遠く、実際の利用率は頗る低い。

13種類のコスメの内での利用率の最下位は、リップライナーの9.1%であった。唇、口元のメイクの仕上がりをはっきりと整えるための、どちらかと言えば上級者向けアイテムであるから、必ずしも万人向けのコスメではないことを意味している。

以上を要約するならば、その利用率が8割前後であるベースメイクに係わる下地（コントロールカラー・日焼け止めなど）とファンデーションに加えてチークカラーといった肌、頬の色調を整える基本3点セット、その利用率が6割を超え7割までに至るアイカラー（アイシャドー）、マスカラ、アイブロウ（ペンシル・パウダーなど）、アイライナーといったアイメイク必需四点セットが、女子大学生たちの日々のメイクに欠かせない、いわば主役級のマストアイテムである。利用率が4割には届かない口紅とリップグロスは、必要に応じて、それらを支える役割であり、その利用率が1割未満から2割5分止まりのネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）、コンシーラ、つけまつげ（アイラッシュ）、リップライナーは脇役的存在だと見做せる。

3 必ず使うコスメと割愛率

前節で参照してきた表1の残り半分の右側部分は、日々のメイクの際に必ず使うコスメの利用率を示して

いる。使うコスメと必ず使うコスメの利用率の順番は概ね一致しているものの、マスカラ、ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）、つけまつげ（アイラッシュ）については順位が下落している。以下、主だったところを個々に見てみよう。

下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）が74.1%，ファンデーションが69.3%，チークカラーが54.1%で、使うコスメと同様、必ず使うコスメとしても、トップ3である。利用率が何れも過半数を超え、下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）に至っては4名の内3名が、メイクの際には必ず使っている。肌、頬の色調を整えるための不可欠な基本3点セットの存在感は、やはり大きい。

使うコスメでは64.9%を示し第5位だったマスカラは、必ず使うコスメとしては過半数を割り込み、4割弱の39.8%に止まった。そして、第7位に下がっている。6割もの人が必ず使わないと答えているのだ。アイメイク必需四点セットの内ではアイカラー（アイシャドー）に次いでいた位置が、群内では最下位に転落したことになる。必ず使うコスメの実人数の値（M）を、使うコスメの実人数の値（U）で除した商の値を1から減じた、割愛率（ $R=1-M/U$ ）を算出したところ、マスカラの割愛率は38.6%であり、アイメイク必需四点セットの群内では最高位である第6位に位置している（表3を参照）¹¹⁾。割愛率とは、その定義式から明らかのように、当該コスメを使うことはあるものの毎回必ずではない、すなわち〈お急ぎ〉もしくは〈手抜き〉メイクの際には割愛しても構わない程度を示す指標である。逆に言えば、〈手抜き〉ではない、いわゆる〈しっかり〉もしくは〈気合い〉メイクの際には使

うコスメであるということだ。先述したようにアイメイクにおいて利用率が格段に低かったつけまつげ（アイラッシュ）は、必ず使うでは3.1%の最下位に転落し、その割愛率は次位の66.2%もの頗る高い値を示していることも、マスカラとの関係で頷ける。マスカラとつけまつげ（アイラッシュ）は、アイメイクにおいて、〈お急ぎ〉もしくは〈手抜き〉メイクの際には省略されてしまうものの、〈しっかり〉もしくは〈気合い〉メイクの際にはちゃんと使うコスメであるという、日常感覚に合致した知見でもある。

使うコスメでは第10位だったネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）は、必ず使うコスメでは4.4%で第12位に落ちている。メイクをする人の23名の内、僅か1名が必ず使うと答えている訳だ。この値は極めて小さい。当然、ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）の割愛率は頗る高く、次位のつけまつげ（アイラッシュ）を抑えて、首位の82.5%である。ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）を行う人たちの内でメイクの際に毎回必ず行うのは2割弱に過ぎず、5名の内で4名までが省略の対象とするコスメなのである。部位が顔ではなく手足の爪に特化している故に割愛しやすいのは自然なことであるし、先述のように通学やアルバイトの絡みもある。逆に言えば、割愛率が首位であると言うことは、ここ一番という時の、〈しっかり〉もしくは〈気合い〉メイク用途のコスメなのだ。

以上述べたように順位を下げたコスメとは反対に、順位を上げたコスメもある。それらの内で特徴的なものを2つ挙げる。リップライナーとコンシーラである。リップライナーは必ず使うコスメとしては5.0%であり、使うコスメでの最下位から順位を上げ、第11位に

表3 コスメの割愛率* N=703
CCJD13「女子大学生のメイクとファッションに係わる全国調査2013」2013年9月中旬実施

順位		使う U	必ず使う M	割愛率 $R=1-M/U$
		実人数	実人数	
首位	ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）	177	31	82.5%
次位	つけまつげ（アイラッシュ）	65	22	66.2%
第3位	リップグロス	258	128	50.4%
第4位	口紅	262	137	47.7%
第5位	リップライナー	64	35	45.3%
第6位	マスカラ	456	280	38.6%
第7位	コンシーラ	154	106	31.2%
第8位	アイライナー	424	301	29.0%
第9位	アイカラー（アイシャドー）	492	362	26.4%
第10位	チークカラー	509	380	25.3%
第11位	アイブロウ（ペンシル・パウダーなど）	433	359	17.1%
第12位	ファンデーション	557	487	12.6%
最下位	下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）	587	521	11.2%

※メイクをしてない43名は集計から外した。

位置するようになった。そして、割愛率は45.3%で第5位というように、50.4%で第3位だったリップグロスと、47.7%で第4位だった口紅と較べて、相対的に低い順位に位置している。リップライナーは唇、口元メイクの上級者用コスメであるが故に、これを日常的に使う人たちにとっては割愛しにくい、欠かせないアイテムであることを示している。

コンシーラも同様だ。使うコスメでの第11位から順位を上げ、第10位に位置するようになった。そして、割愛率は31.2%で第7位というように、かなり低い値を示している。利用度では最下位を争っていたつけまつげ（アイラッシュ）が、その割愛率では66.2%で次位にあることと対照的である。ベースメイクにおける肌のトラブル対策が主用途であるから、使う人はどのような状況下でも使うということなのだろう。

以上のように、利用率と併せて割愛率を見てみると、そのコスメが主役級、準主役級、脇役級といった位置づけに加えて、それらが毎回のメイクに欠かせないコスメなのか、ここ一番という時の、〈しっかり〉もしくは〈気合い〉メイク用途のコスメなのかが、指標の値の高低を通じて、浮かび上がってくる。

4 コスメの特性類型と利用度

図1は、横軸 c-C と縦軸 f-F の組み合わせによってコスメの特性類型を設けた上で、前節で論じたそれらの利用率、より一般的に言い換えるならば、その利用度との関連を図解したものだ。横軸 c-C は、当該コスメが〈輪郭や強調を主目的としたアイテム〉か〈彩色を主目的としたアイテム〉か、を分離する。縦軸

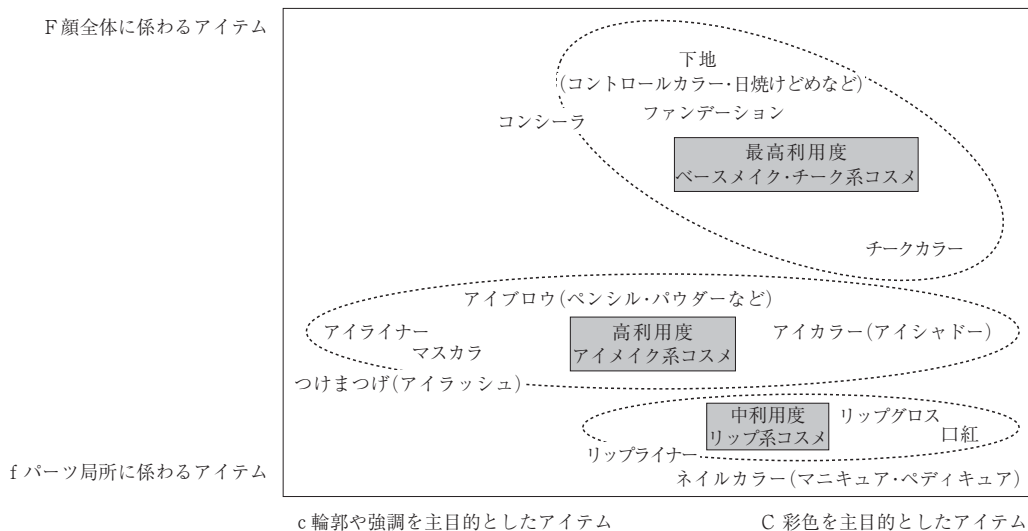
f-F は〈パーツ局所に係わるアイテム〉か〈顔全体に係わるアイテム〉か、を分離する。

まず、下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）とファンデーションは、横軸 c-C については、その左右両極には属さず中間的な位置にあり、縦軸 f-F については、上方の〈顔全体に係わるアイテム〉に属する。チークカラーは、横軸 c-C については、右側の〈彩色を主目的としたアイテム〉に属し、縦軸 f-F については、その上下両極には属さず中間的な位置にある。これら3点を破線で囲むならば中間上方から右側中間に傾斜して分布する楕円形となる。この領域が〈最高利用度 ベースメイク・チーク系コスメ〉の占める位置だ。コンシーラは用途的にはこの群に属するが、利用度の相対的低さから楕円外の接する場所に描いた。

次に、アイライナー、マスカラ、アイブロウ（ペンシル・パウダーなど）は、横軸 c-C については、その順に左側の〈輪郭や強調を主目的としたアイテム〉から中間にかけて位置し、縦軸 f-F については、下方寄りの〈パーツ局所に係わるアイテム〉に属している。アイカラー（アイシャドー）は、横軸 c-C については、右側の〈彩色を主目的としたアイテム〉に属し、縦軸 f-F については、他のアイメイク系と同様に、下方寄りの〈パーツ局所に係わるアイテム〉に属している。これら4点を破線で囲むならば左右下方寄りに水平分布する楕円形となる。この領域が〈高利用度 アイメイク系コスメ〉の占める位置だ。つけまつげ（アイラッシュ）は用途的にはこの群に属するが、利用度の相対的低さから楕円外の接する場所に描いた。

第三に、口紅、リップグロスは、横軸 c-C については、右側の〈彩色を主目的としたアイテム〉に位置し、

図1 コスメの特性類型と利用度



縦軸 f-F については、アイメイク系と較べて更に下方寄りの〈パーツ局所に係わるアイテム〉に属している。これら 2 点を破線で囲むならば右側下方に水平分布する楕円形となる。この領域が〈中利用度 リップ系コスメ〉の占める位置だ。リップライナーは用途的にはこの群に属するが、利用度の相対的低さならびに横軸 c-C の絡みから楕円外、左側面の接する場所に描いた。

最後に、ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）は、横軸 c-C については、右側の〈パーツ局所に係わるアイテム〉に位置し、縦軸 f-F については、最下方の〈パーツ局所に係わるアイテム〉に位置している。

これら 4 群の位置関係から見えてくるのは、第一に、左側上方ならびに左側下方に位置するコスメ群が存在しないこと、第二に、縦軸 f-F の下側である〈パーツ局所に係わるアイテム〉群に較べて、上側の〈顔全体に係わるアイテム〉群の方がその利用度が高いことである。

第一については、左側上方ならびに左側下方に位置するコスメ群は香粧品学（study of cosmetics）もしくは

は用途的に独立して存在しにくい論理的には空集合に相当するアイテムということだ。唯一、高輝度のマイカパウダーやハイライトなどが上方左側に位置しそうだが、これらはコンシーラと並び〈最高利用度 ベースメイク・チーク系コスメ〉の隣接として、むしろ考えるべきだろう。

第二については、これこそがコスメの現代的利用の特徴だ。口紅による唇、口元メイク時代から、前世紀末からの、目元を際立たせるためのベースメイクとチークカラーが主となったアイメイク時代への変貌、換言するならば、かつてのパーツ個々の彩色を主としたポイント・カラーリング時代から、顔全体の色調濃淡明暗の総合調整に係わるトーンの時代へとメイク技法がシフト・進化したことを反映したものだ。

5 小括：コスメ利用パターンの出自

表 4 のデータは、前節までの知見を更に補強する。

表 4 は、16 歳から 19 歳までの就学したハイティーン女

表 4 メイクの時に使うコスメ ―年齢別集計―
CCJH14「ハイティーン女子のメイクとファッションに係わる全国調査2014」2014年10月初旬実施

CCJH14 と CCJD13 の 順番の間の順位相関係数 スピアマンのロー $\rho=0.962^{***}$ ケンドールのタウ b $\tau_b=0.872^{***}$			16歳	17歳	18歳	19歳
CCHT14	CCJD13		N=62	N=90	N=84	N=75
首位	首位	下地（コントロールカラー・日焼け止めなど）	50.0%	63.3%	66.7%	85.3%
		クラマーの V 係数 0.253***				
次位	第 3 位	チークカラー	50.0%	70.0%	59.5%	68.0%
		ラマーの V 係数 0.160				
第 3 位	次位	ファンデーション	50.0%	61.1%	65.5%	65.3%
		クラマーの V 係数 0.120				
第 4 位	第 5 位	マスカラ	59.7%	64.4%	66.7%	58.7%
		クラマーの V 係数 0.100				
第 5 位	第 7 位	アイライナー	58.1%	65.6%	71.4%	58.7%
		クラマーの V 係数 0.109				
第 6 位	第 4 位	アイカラー（アイシャドー）	54.8%	52.2%	65.5%	56.0%
		クラマーの V 係数 0.103				
第 7 位	第 6 位	アイブロウ（ペンシル・パウダーなど）	40.3%	37.8%	42.9%	46.7%
		クラマーの V 係数 0.098				
第 8 位	第 8 位	口紅	30.6%	38.9%	42.9%	46.7%
		クラマーの V 係数 0.109				
第 9 位	第 9 位	リップグロス	54.8%	51.1%	51.2%	37.3%
		クラマーの V 係数 0.129				
第10位	第10位	ネイルカラー（マニキュア・ペディキュア）	30.6%	32.2%	27.4%	18.7%
		クラマーの V 係数 0.116				
第11位	第11位	コンシーラ	14.5%	24.4%	19.0%	20.0%
		クラマーの V 係数 0.093				
第12位	最下位	リップライナー	14.5%	10.0%	8.3%	8.0%
		クラマーの V 係数 0.091				
最下位	第12位	つけまつげ（アイラッシュ）	9.7%	13.3%	20.2%	6.7%
		クラマーの V 係数 0.151				

*** 0.1%水準で有意

子をレスポネンとして本稿の従たるデータセット CCJH14 に基づき、集計からは表2および表3と同様にメイクをしたことがない人は除き、主だったコスメ13種類の利用率について年齢別に集計を施している。16歳はほぼ高校一年生に相当し、19歳は専門学校・短期大学・四年制大学の一年生に相当する。年齢毎に慣れ親しんでいるコスメ利用率であり、その変化から、その年齢における当該コスメの習熟度として解釈することもできる¹²⁾。

刮目すべきは、首位の下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）を除き、残り12種類のコスメでは、年齢とその利用度に関連が見いだせなかったことだ。百分率の上では若干の上下はあるが、クラマーのV係数の値は、次位のチークカラーをはじめ12種類全てで有意ではなかった。これらのコスメでは16歳、高校一年生時点でその利用率が20歳前の女子大学生たちとあまり変化が無いことを意味している。前節で論じた、〈最高利用度 ベースメイク・チーク系コスメ〉〈高利用度 アイメイク系コスメ〉〈中利用度 リップ系コスメ〉といった傾向は、既に高校生の初発の段階において確立されており、それは徐々に形成されたものではないのだ。唯一の例外は、首位の下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）のみが、16歳で利用度50.0%であったものが、17歳で63.3%，18歳で66.7%，19歳で85.3%というように、年齢が上昇するにつれて使う人の割合が高まっている。クラマーのV係数は $V = 0.253$ を示しており、0.1%水準で有意である。ベースベークはポイントメイクに比べ、経験や習熟がより必要とされる中級以上の要素を含んでおり、この知見は自然であるとも読みとれる。加えて、〈最高利用度 ベースメイク・チーク系コスメ〉の中核たる下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）であるからこそ、他のコスメを抑えて、その利用率が漸次上昇してゆくのだろう。

以上、本稿では、メイクについての社会的な研究における予備的考察の一つとして、若年層女性が日々用いるコスメすなわち化粧品の利用率や割愛率を介したその優先順位について、分析を試みてきた。この予備的考察を通じて現代メイクのあり方も浮かび上がってきた。これを承けて、次稿では、更にその本格的究明に向かう。

注

- 1) 身体変工の範疇には、美容整形や審美歯科も入る。更に、伝統社会における、女兒の足を変形させる纏足

- など、性差別や人権無視に繋がる行為も含まれる。
- 2) ここでの化粧品および医薬部外品は薬事法で定められた品を指す（平松 2009：28-29）。
- 3) この定義におけるパウダーとは粉状、リキッドとは液状の化粧品および医薬部外品などを意味している。ペンシルやチップなどはパウダーのソリッド（固化）加工、ジェルはリキッドのゲル化加工として捉える。
- 4) ここでは〈〉を強調もしくは筆者オリジナルの図表からの引用記号として用いている。以下も同様。
- 5) 表1は筆者によるオリジナル。
- 6) CCJD13は調査略称であり、正式呼称は「女子大学生のメイクとファッションに係わる全国調査2013」である。
- 7) CCJH14は調査略称であり、正式呼称は「ハイティーン女子のメイクとファッションに係わる全国調査2014」である。
- 8) 下地（コントロールカラー・日焼けどめなど）といった丸括弧内の表現は、レスポネンツの理解を助けるための、質問紙における項目並列表記である。以下も同様。
- 9) MERYは「トレンドに敏感な女の子のためのキュレーションプラットフォーム」をコピーに掲げ、東京都渋谷区神宮前にオフィスを抱えた peroli が運営するウェブサイト。
- 10) 歌手の安室奈美恵氏を流行のアイコンとした第一次ギャルブームが前世紀終盤の1995年前後、ガングロ・メイクがシンボルとなった第二次ギャルブームは前世紀末から2005年前後まで。この頃からの流行のアイコンは浜崎あゆみ氏。
- 11) 単純にUからMを減じた差を割愛率として定義することも可能であるが、それでは母数が当該コスメを使わない人たちも含んだサンプル全体になる。ここではMをUで除した商を用いることによって、当該コスメ利用者のみを母数とするのが、割愛率の主眼である。
- 12) データセット CCJH14の19歳時点でのコスメ利用率の順位と先述してきたデータセット CCJD13の順位にどの程度の齟齬があるか否かを知るために順位相関係数を求めてみた。スピアマンのロー係数は、 $\rho = 0.962$ であり、0.1%水準で有意であった。また、ケンドールのタウb係数は、 $\tau_b = 0.872$ であり、同じく0.1%水準で有意であった。双方とも頗る高い相関を示しており、ハイティーン女子についてのデータセット CCJH14の19歳時点でのコスメ利用率の順位と、女子大学生のデータセット CCJD13での順位はほとんど齟齬がないことが判る。この知見により、CCJH14を用いて、高校一年生から女子大学生に至るまでのコスメ利用率の変遷を推測することに一定の経験的根拠はあると言えよう。

参考文献

- 阿部恒之（2002）『ストレスと化粧の社会生理心理学』フレグランスジャーナル社
 @cosme（2015）「口紅・グロス・リップライナー」
 『@cosme』

http://www.cosme.net/item/item_id/913/ranking

2015年12月11日更新

2015年12月17日確認

大坊郁夫（1996）「化粧心理学の動向」高木修監修，大坊郁夫・神山進編『被服と化粧の社会心理学』北大路書房 28-46頁

平松隆円（2009）『化粧にみる日本文化』水曜社

伊波和恵（2004）「顔と化粧」竹原卓真・野村理朗編『「顔」研究の最前線』北大路書房 171-185頁

石田かおり（2009）『化粧と人間』法政大学出版局

MERRY（2015）「お化粧の基本中の基本！ベースメイクをおさらいしましょう」『MERY トrendに敏感な女の子のためのキュレーションプラットフォーム』

<http://mery.jp/39158>

2015年9月15日更新

2015年12月16日確認

村澤博人（2001）「化粧の文化誌」高木修監修，大坊郁夫編『化粧行動の社会心理学』北大路書房 48-63頁